



## سواد طراحی، درک طراحی گرافیک

استیون هلر، کارن پومری

ترجمه‌ی رضا علیزاده، سیمای ذوالفقاری، مازیار میرهادی زاده

انتشارات روزنه، ۱۳۸۷

در این اثر، نویسندگان به جای جمع کردن انبوهی از آثار گرافیک در یک مجلد که اغلب باعث می‌شود جایگاه طراحی گرافیک در حد یک مهمه‌ی بصری تقلیل یابد، قصد آن دارند تا نمونه‌هایی از این آثار را مورد بررسی قرار دهند و اهمیت آنها را در کل تاریخ طراحی گرافیک و فرهنگ عمومی در نظر گیرند. اگر چه طراحی گرافیک را می‌توان مبتنی بر عناصر بسیار مهم و سبک تعریف کرد که بنا بر ضرورت بازار قابل تغییر هستند، اما درک و بررسی یک اثر مجزا می‌تواند در تعیین اینکه چگونه یک فرد طراح، طراحی گرافیک را به کار برد، مفید واقع شود.

علاوه بر شیوه‌ی معمول مطالعات موردی که مراحل متوالی خلق یک اثر را دنبال می‌کند، مقالات ارائه شده در کتاب حاضر مجموعه‌ای برگزیده از شاهکارهای گرافیک معاصر را مورد توجه قرار داده و کارکردها و عملکردهای درونی آنها را در رسانه‌های بی‌شمار بررسی می‌کنند. هر یک از این آثار، بیانگر تحولی منحصر به فرد و بسط و گسترشی است که در نهایت با سایر تجلیات فرهنگ طراحی ارتباط می‌یابد. خواننده این آثار را باید همچون سرنخی در نظر بگیرد که می‌تواند ما را به تفکر طراح و نحوه‌ی کارکرد طراحی رهنمون کند. این نوع بررسی و درس‌آموزی موردی به جای شیوه‌های رایج آموزشی به کار گرفته شده، شیوه‌هایی با قواعد معمول مثل قاعده «استاد بزرگ» که سازنده‌ی اثر در چارچوب یک فرقه یا جماعت می‌گنجاند یا قاعده‌ی «نهیضت بزرگ» که به مکتب یا ایدئولوژی، ویژگی‌های خاصی را نسبت می‌دهد یا قاعده‌ی «سبک بزرگ» که طراحی را براساس دوره، مد یا جریان خاصی طبقه‌بندی می‌کند. این امر به این معنا نیست که روش‌ها بی‌ارزش یا فاقد اعتبارند، بلکه هدف ما این است که نشان دهیم بررسی و درک یک اثر در بستر خودش، طراحی گرافیک را از جرگه‌ای صرفاً صوری به عرصه‌ی اجتماعی و سیاسی سوق می‌دهد.

بیشتر آثار بررسی شده، توسط افراد سرشناس خلق شده، اما به آثار گمنام هم پرداخته می‌شود. در بیشتر مقالات فقط به یک اثر یا مجموعه‌ای از آثار مرتبط به هم پرداخته شده، اما در تعدادی نیز یک گونه یا طبقه‌بندی بزرگ‌تر مد نظر بوده، موقعی که یک اثر به تنهایی نمی‌توانسته بیانگر یا توصیف‌کننده‌ی کل یک ماجرا باشد، مثل مورد پوسترهای فاشیستی یا آگهی‌های تبلیغاتی سیگار برای زنان. برخی از آثار به این دلیل انتخاب شده‌اند که مظهر دوران خود محسوب می‌شوند و برخی دیگر به این دلیل که آثار بسیار برجسته‌ای هستند و معمولاً نادیده گرفته شده‌اند. تلاش این بوده است که بین آثاری که اهمیت آنها شناخته و تأیید شده و آثاری که اعتقاد داریم باید شناخته و تأیید شوند، سیاق اعتدال و توازن پیش گرفته شود. مطالب این مجموعه به طور زمانی تنظیم نشده‌اند، بلکه براساس موضوع و نقشی که آثار در عرصه‌ی هنر و تجارت ایفا کرده‌اند، مرتب شده‌اند. اما در هر بخش، مقاله‌ها در جهت دنبال کردن بستر اثر، کم و بیش با رعایت تنظیم زمانی منظم شده‌اند.

کتاب در بخش‌های زیر ارائه شده است:

ترغیب: طراحی در خدمت هدایت و تأثیرگذاری؛

رسانه‌ها: طراحی در ارتباطات عمومی؛

زبان: طراحی به منزله‌ی مجموعه‌ای از واژگان؛

هویت: طراحی به مثابه امضا؛

اطلاعات: طراحی برای راهنمایی و هدایت؛

شمایل‌نگاری: طرح در جایگاه نمادی پایدار؛

سبک: طراحی در جایگاه زیبایی‌شناسی و شکل؛

تجارت: طراحی به منزله ابزاری بازاریابی؛

در درون هر یک از این بخش‌ها، آثار به گونه‌ای انتخاب شده‌اند که بتوانند دریچه‌ای به سوی نحوه‌ی تعامل موضوع یا درونمایه‌ی بخش مورد نظر با طراحی گرافیک بگشایند.

کتاب به هیچ عنوان نقل کلامی و دقیق مراحل خلق اثر آنها نیست، مقالات آمیزه‌ای از تحلیل و نقد هستند و در این راه از توصیف‌های سازندگان آثار هم مدد گرفته شده، اما مبنای نقد و تحلیل خود را، نگرش آنها قرار نداده است، کتاب شامل گونه‌ای از تفسیر است که گاه اصول و مبانی این حوزه را منعکس می‌کند و گاه این اصول را به مبارزه می‌طلبد.